

社会人基礎力の養成につながる 社会調査教育

—ゼミナールでの調査とデータ分析の実践活動をもとに—

中 瀬 剛 丸

1. はじめに —社会学科OB・OGの営業職の体験談

本稿で考察する社会調査教育の意義に関連して、社会学科の卒業生二人の話をまず紹介したい。二人は学生時代に筆者のゼミに所属していて、卒業後6年目と1年目の社会人である。2016年10月に、それぞれの近況について話を聞く機会があった。

一人は大手住宅設備メーカーの営業職として4年働いた後、大手ビールメーカーに転職して、引き続き営業職として勤務している男性である。同じ製造業の営業職として働いていても、元の会社と転職先では、求められる能力や資質に違いがあるという実感を分かりやすい例え話で語ってくれた。

前の会社は営業成績が目標に達していない場合に上司からカツを入れられると、「頑張ります！必死に売りまくります!!」というような答えで許してくれた。今度の会社は「頑張ります」では許してくれない。「こういう戦略のこういう計画で売ります」と、論理的に仮説を立てて数字も使って説明させられる。さらに、君の狙い通りいかなかった場合、どういう手だてを考えているのかと畳み掛けてくる。マーケティング部門に知り合いをつくって、いろいろ数字を教えてもらって、なんとかしのいでいる。

彼は、前の会社に特別不満を持っていたわけではないが、さらに良い条件の会社で働くことを目指して、前の会社で仕事をしながら転職活動に取り組んだ。給与や休日の確保など働く条件は、今の会社のほうがよくなって、ステップアップの転職に成功したと受け止めている。住宅設備メーカーもビールメーカーも、どちらの会社も同業他社としてのぎを削る営業現場での厳しい仕事ぶりなのだが、会社が求める能力・資質に違いがあるこ

とをうかがわせた。

もう一人は、大手広告代理店に2016年4月に入社し、営業職として働いている女性である。彼女からは、入社後半年の時期の新入社員全員に課せられた課題についての話を聞いた。その課題は、広告業界の団体が毎年募集している広告に関する論文の新人部門に応募するというものだった。彼女が所属する会社だけでなく、他の大手広告代理店でも同じ課題を新入社員に課しているという。彼女はそうした広告代理店の仕事について、次のように語った。

広告代理店に入ってわかったことは、勉強し続けられないといけないということ。社会の動きについて新しい知識を常に仕入れていかないと、クライアントに説明できない。そもそもクライアントの方がよく知っていて、知識が深いからだ。だから社内で頻繁に勉強会が開催されていて、その時間に人に会うアポが入っているというような外せない仕事がない限り、みんな勉強会に出てくる。もちろん、クライアントをキャバクラに接待して仕事を取ってくるというような昔ながらの営業スタイルの人もいるけれど、それだけではもう生き残れないと思う。

新人に与えられた論文執筆の課題として、彼女は、消費トレンドの中で注目されているシェアリングエコノミーに関する論文を書き上げて提出した。Airbnb（エアビーアンドビー）を使った宿泊予約の急速な増加やシェアリングエコノミーの市場規模の予測、それに海外でのシェアリングエコノミー型サービスの利用意向調査などの数値データを盛り込んだ論文だった。既存の調査結果データを収集して、それらを有効に活用して自説を展開できる能力があることを示す内容であった。

二人の話からは、宴席を設けて顧客を接待したり、足繁く通うことで顧客の信頼を得たりする営業スタイルは古いタイプであり、今もそうした営業スタイルは続いてはいるものの、営業職として働く上でマーケティングデータを自分なりに活かす力を求められていることが分かる。そうした中、知名度の高い大手企業の採用選考を突破した二人は、社会学科のゼミや社会調査実習を通じて、データを活用するノウハウを身につけていた。

本稿は社会調査の実施やデータの分析に取り組んできた筆者のゼミでの活動を紹介することを通じて、社会学科で伝統的に取り組まれてきた社会

調査教育の現代的な意義について考察する。ただし、社会学科で学んだ学生は様々な業界の様々な会社に就職する。その中で、リサーチ会社に入ったり、調査を実施する部署に配属されたり、統計手法を駆使してデータを解析する専門的な仕事に携わるケースは稀である。従って、どういう仕事に携わるにしても求められる資質・能力としての社会人基礎力との関係に焦点をあてて、社会調査教育の意義について考察したい。

2. データの時代

大学での社会調査教育のテキストとしてよく使われている『新・社会調査へのアプローチ 論理と方法』の第一章、第一節、第一項の見出しは「調査！調査！調査！」である（大谷ほか 2013：2）。感嘆符を多用して、社会調査の時代を強調している。筆者も1年生の社会調査入門やデータ収集・分析法入門を担当した際には、社会に出て仕事をする場合、データを活用できる知識・能力が求められる場面が多くなっていると具体例を上げて説明する。そうした説明をするのは社会調査科目を担当する教員としての自負が背景にある。ただし、それは単に担当者の思い入れではなく、社会調査教育の必要性を感じさせる動きを実際に見聞きしている事が動機となっている。

例えば、ビッグデータへの注目度の高まりがある。ここ数年、ビッグデータブームと呼ばれるほど話題になっている。朝日新聞の記事データベースを使って「ビッグデータ」という言葉で記事を検索すると2016年1月から10月までの10か月間で年間で、126件の記事が抽出された。この内、2016年3月22日の社説は「地域活性化 身近なデータが大切だ」というタイトルで、地方創生の旗を振る政府が、いわゆるビッグデータを活用した地域経済分析システムを用意したことから書き起こしている。そして、宮城県の女川町が取り組んでいる海産物を使ったヘルシーメニューの開発などを例に挙げて、「データの活用に勤めれば、活性化への突破口になるのではないか」と結んでいる（朝日新聞 2016年3月22日付朝刊11面）。

ちなみに2011年の1年間では、「ビッグデータ」で検索して抽出された記事はわずか1件にすぎない。その後、2012年9件、2013年72件、2014年94件、2015年99件と増加している。

ビッグデータについての記事が出始めたのは、企業や行政がビッグデー

タという言葉を使い出した事を反映している。例えば、東日本大震災の翌年の2012年度の情報通信白書では、「ICTが導く震災復興・日本再生の道筋」を特集し、「ビッグデータは、日本再生へのGPT (General Purpose Technology) としてのICTの潜在力を飛躍的に高める可能性を秘めている」として、ビッグデータの積極的な活用を提言している（総務省 2012：159）。

こうした中、2013年に刊行された『統計学が最強の学問である』（西内 2013）はベストセラーとなり、実践編、ビジネス編と名付けられた続編が刊行されている。さらに統計関係の類書が相次いで刊行されていることから、データの時代という認識が広がっていることが分かる。

データの時代を示すエピソードをもう一つ紹介したい。「くう ねる あそぶ」や「ロマンチックが、したいなあ。」など人口に膾炙するキャッチコピーをつくった糸井重里は、日本経済新聞のインタビュー記事の中で、90年代以降広告業界で生きづらくなったという印象が強まったと語っている。その理由について、糸井は「広告の存在が大きくなり、企業に説明責任が生まれ、採用した案が『一番いい』と説明できなければならなくなったためです。売り上げへの貢献、評判、アンケート。広告効果の『見える化』です」と述べて、広告業界でのデータ重視の傾向を指摘している（日本経済新聞 2011年10月26日付夕刊9面）。

もちろん、様々な仕事をする上でデータの活用が重要なことは今に始まったことではない。社会学科で長い社会調査教育の伝統があるのも、学術的な研究に必要という理由だけでなく、データを収集して分析・考察する素養は企業で働く事をはじめとする社会活動の上でも役に立つと考えられてきたからであろう。その社会調査教育に関しては、ビッグデータが流行語になる以前の2004年から、社会調査士の資格認定の事業がはじまり、2015年度までに2万4,357人が資格を取得している。本学の社会調査教育も、社会調査士の資格取得を前提としたカリキュラムが組まれており、社会学科の学科紹介のパンフレットにも社会学科で取得できる主な資格の一つとして紹介されている。

ただし、社会調査士の資格を持っているとしても、ビッグデータの時代に企業が求めるデータ分析の業務に携われるだけの専門的知識を習得している人材はごくわずかであろう。筆者は2012年に大手IT企業の採用担当者に採用計画や求める人材像についてヒアリングをした経験がある。その時に社会学科の社会調査士コースについて話題にしたところ、即座に、そ

の会社でデータ分析を担当するセクションの社員に求められるレベルの高さを説明され、いわば“鼻であしらわれる”という体験をした。

一方、企業や行政から社会調査の実施や分析の委託を受けるリサーチ会社に入社したOGの経験も紹介したい。彼女は大学時代に社会調査士コースを履修して調査の仕事に興味をもち、リサーチ会社を選択肢の一つとして志望していた。その会社の最終選考の面接で、役員から「君は体育会系だよ」と念押しされたと言うのである。彼女は大学時代にはリーグ戦で他大学と争う球技の部活動に熱心に取り組み、夏場は真っ黒に日焼けしていた。社会調査士の資格を持ち、調査の仕事に興味を持っていたのだが、「ポイントは結局、体育会系なのかと思った」と語っていた。

はじめに紹介したビールメーカーで働くOBと広告代理店で働くOGも実はスポーツ系のサークルに所属して熱心に活動していた学生だった。ここで紹介した三人のOB・OGたちの就職活動と入社後の体験からは、企業の採用活動の現状として、勉強とスポーツのいわば文武両道の人材が好まれる傾向があること、そして大学で社会調査の勉強に取り組みデータ分析の経験があることは、文武両道の「文」として認められる要素である事がうかがえる。

データの時代と言われ、地方の活性化にもデータを活かす姿勢が必要だと説かれる状況がある。だからこそその統計ブームであり、データ分析の能力のある人材を採用したいと考える企業がある。ただし、その場合のデータ分析能力は社会学科の現状の社会調査士コースで学べる範囲を超えるレベルの専門知識が必要であろう。

その一方で、体力や熱意を強くアピールするような“体育会系”の人材では業務を十分には遂行できないと受けとめられる場合がある。歌舞伎町の飲食店を一軒一軒訪問していく飛び込み営業も厭わないビール会社の営業現場で、個々の社員が上司を納得させるためにマーケティングデータを活用するよう求められるという状況も存在しているのである。

3. 企業の採用選考と大学教育

大学は就職のための予備校ではない。企業の採用活動が大学教育の支障になっているという批判も強い。その一方で、受験生向けのパンフレットやオープンキャンパスでは知名度の高い大手企業への就職実績をPRしている。大学の経営を成り立たせるためには、進学先を選ぶ受験生や父母の

ニーズを無視することはできない。そうした状況について、筆者はジレンマとは受けとめていない。学生が大学の授業に熱心に取り組むことが結果的に企業の採用選考に有益だと考えているからだ。

ただし、有益だと考える理由は、例えばビッグデータを分析する統計の専門知識やスキルを身につけること、海外の同業他社の動向についてのニュースを瞬時に翻訳できる語学力を身につけることといった専門的知識や能力が必要だからというわけではない。もちろん、そうした知識や能力があればアピールポイントになるが、どういう学問分野を専門に学ぶにしろ、大学の授業に熱心に取り組むこと自体が社会人基礎力の養成につながると考えているからだ。

社会人基礎力は「職場や地域社会で多様な人々と仕事をしていくために必要な基礎的な力」として、経済産業省が2006年から提唱している。図1に示したように、前に踏み出す力、考え抜く力、チームで働く力の3つの能力と12の能力要素から構成されている。

経済産業省の社会人基礎力に関する研究会が2006年1月に公表した「中間とりまとめ」では、社会人基礎力を提唱するに至った問題意識として、90年代以降に生じたビジネスと教育をめぐる環境変化を上げている。まずビジネスの面では、日本経済の右肩上がりの成長が終わり、「今まで以上

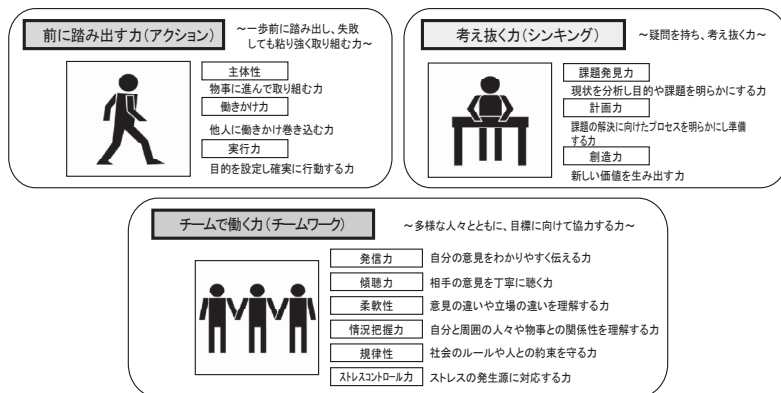


図1 社会人基礎力とは

出典：経済産業省フリー素材

に『新しい価値のある商品やサービスをいかにして創るか』が重要な課題として意識されてきている」としている。また教育の面では、「家庭や地域社会の教育力の低下と、大学進学率の上昇が同時に生じていることに注意する必要がある」と指摘している（経済産業省 2006：2）。

4年制の大学進学率（大学進学者数を18歳人口で割った数値）は、1990年には24.6%で、4人に1人が大学に進学する状態だった。それが、20年後の2009年には50.2%と2人に1人が大学に進学するという状態となった。こうした大学進学率の上昇は大学教育の変化を促すものであり、大学教育の改革をめぐる議論が様々に展開されている。経済産業省による社会人基礎力の提唱も大学教育改革の議論の1つと位置づけることができるだろう。

筆者が社会人基礎力に注目したのは2008年秋のいわゆるリーマンショック後の景気後退の時期である。企業の採用意欲が低下し、大学生の就職状況が急速に悪化したため、就職先が決まらないまま大学を卒業する学生が増加した。筆者のゼミの所属学生の中にも、就職先がなかなか決まらなかったり、最終的に就職先が決まらない状態で卒業したりするケースが生じた。そうした学生を目のあたりにするのは心が痛む。厳しいと言われる就職状況の中でも、就職希望者は全員が就職先を確保できるようにしてやりたい。どうすればよいのかと自問している中で、授業を通じて社会人基礎力を高めることを意識するようになった。

社会人基礎力に関する研究会の「中間とりまとめ」は冒頭で、「職場や地域社会で活躍するために必要な能力は、今まで大人になる過程で『自然に』身につくものと考えられており、あまり明確な定義は与えられてこなかった」と指摘している（経済産業省 2006：1）。前に踏み出す力、考え抜く力、チームで働く力、この3つの能力は当たり前と言えれば当たり前のことであり、そうした能力が仕事をする上で重要なことは理解できる。もともと、そうした力をつけるための授業をしたいと考えていたとも感じる。しかし、社会人基礎力として明確に位置づけられることによって、目標として掲げることができるようになった。それと同時に日頃から取り組んでいるゼミや社会調査実習での実践を社会人基礎力との関係で見直すこともできるようになった。社会人基礎力を意識することで、授業の方法を大きく変えたわけではないが、活動の意義や目標を明確にできたことで、日々の活動の改善につながっていると考えている。

4. ゼミナールでの調査とデータ分析の取り組み

筆者は2007年からゼミを担当し、ゼミ生は主としてメディアの研究に取り組んできた。そのゼミ活動の中で、質問紙法による意識調査を何度か実施しているほか、新聞記事やニュース番組、テレビCMなどのメディアコンテンツの内容分析を継続して行ってきた。内容分析も数値データ化して分析・考察する手法をとっている。ゼミナールの他に、2012年度と2013年度に社会調査実習を担当し、質問紙法による意識調査の実施とデータ分析に取り組んだ。最近5年間の活動概要を表1に示す。データを収集して、分析考察するという点では、ゼミと社会調査実習は共通している。ここでは、ゼミでの活動を中心にデータの収集と分析の教育実践について述べる。

調査も内容分析も大きな共通テーマ（「テレビドラマの社会学」[J-POPに見る現代の若者の心情]など）をあらかじめ設定して、授業のガイダンス時に狙いや概要を説明する。ゼミの場合、前年度にゼミ生の募集をする際にテーマを予告している¹⁾。また社会調査実習の場合、シラバスに盛り込んでいる。

ガイダンスの後、テーマに関連する先行研究や先行調査を紹介した上で、グループごとのテーマ案を示す。活動は基本的に5人から10人程度のグループに分かれて行っており、テーマ案は5～6種類を用意する。学生は自分の興味のあるテーマを選択する。希望者がいない場合、そのテーマは消滅し、希望者が多すぎる場合、そのテーマを分割する場合がある。グループは3年と4年が混在する形で構成している。

グループごとのテーマ案は、固定的なものではなく、例示として位置づけており、例えば2012年度のドラマの場合、「女性の社会進出や女性の地位の向上はドラマにも影響を及ぼしていると考えられる。NHKの朝の連続テレビ小説の主人公の設定や物語の骨格を分析することで、女性の地位の変化を検証する」といった形の簡単な内容としている。あえて詳しく決めずに、どういう問題意識で、どういうデータを集めるのかなど、研究の企画から学生たちが主体的に取り組むように促している。従って、最初に提示したテーマ案から離れる場合もある。例えば、「ブームが続く韓流ドラマは日本のドラマとどう違うのか？物語の構造に注目して分析する」という例示でスタートしたグループは、日本と韓国でも人気ドラマとなった

社会人基礎力の養成につながる社会調査教育

表1 ゼミナールと社会調査実習の活動の概要（過去5年間）

年度	授業	テーマ	調査・内容分析	調査分析結果の発表
2011	ゼミナール	震災とメディア	<p>【調査】</p> <ul style="list-style-type: none"> 震災時のメディア利用とメディア観の変化（首都圏と被災地の住民計600人、ウェブ調査） 学生の意識や行動とメディア利用との関連（文理学部生300人・配付回収） 発生時のメディア内部の動き（テレビ、ラジオ、新聞の担当者へのインタビュー） <p>【内容分析】</p> <ul style="list-style-type: none"> 発生直後24時間のテレビ各局の放送内容（144時間分の録画の毎分ごとの内容） 発生後半年間のテレビ各局の放送内容（新聞のテレビ欄での震災関連項目） 震災後2週間のツイッターの情報内容とリツイート数 	<p>百周年記念館国際会議場 ゲスト ジャーナリスト 池上彰さん フジテレビ ニュース制作部 清水正樹さん</p>
2012	ゼミナール	テレビドラマの社会学	<p>【内容分析】</p> <ul style="list-style-type: none"> ドラマで描かれる恋愛の変化（過去20年間のフジテレビの“月9”ドラマの設定等） 女性の自立と幸福の条件（朝の連続テレビ小説78作品のヒロイン像） 学園ドラマで描かれる社会問題（「中学生日記」と「金八先生」の各回のモチーフ） 視聴者反響の国際比較（「デスパレードな妻たち」のネット上の感想コメント） <p>【既存データの再分析】</p> <ul style="list-style-type: none"> 視聴率から見るドラマの位置づけ（ビデオリサーチ社の視聴率データの再分析） 	<p>百周年記念館国際会議場 ゲスト NHKドラマ番組部 チーフプロデューサー 遠藤理さん 角川マガジンス 「週刊ザテレビジョン」 編集長 野崎芳明さん</p>
2012	社会調査実習	文理学部生のメディア利用とライフスタイル	<p>【調査】</p> <p>文理学部生621人、授業の履修生が友人知人に協力を依頼して調査票を配付回収、質問項目は普段利用しているメディア、接触時間、よく見るジャンル、理想の仕事、大学生生活の満足度、恋愛観などで、質問数は計72問</p>	<p>上記ゼミの研究発表会で 一部の結果を報告 授業内で各自の分析結果 を報告</p>
2013	ゼミナール	J-POPに見る現代の若者の心情	<p>【調査】</p> <ul style="list-style-type: none"> 大学生と親の世代の音楽の楽しみ方（大学生と大学生の子どもがいる親計502人、ウェブ調査） <p>【内容分析】</p> <ul style="list-style-type: none"> 過去40年間の代表的なヒット曲として楽譜集に収録された357曲の歌詞のモチーフ分析 過去30年間のヒットチャートの上位曲の中から恋愛が歌い込まれた曲の歌詞分析 過去40年間の代表的なアイドル24組の計488曲の歌詞分析 日本、韓国、アメリカのヒットチャート上位曲計126曲（2000～2012年）の歌詞分析 	<p>百周年記念館国際会議場 ゲスト NHK エグゼクティブ アナウンサー 徳田章さん うたまっつ、COM カナル株式会社取締役 小黒裕美さん</p>
2013	社会調査実習	SNSと大学生の人間関係	<p>【調査】</p> <p>文理学部生528人、授業の履修生が友人知人に協力を依頼して調査票を配付回収、質問項目は生活満足度、恋愛観、恋人の有無、友人関係、メディア利用実態、利用しているSNSと利用頻度、SNS利用時の気持ち、SNSに対する評価など計45問</p>	<p>授業内で各自の分析結果 を報告</p>
2014	ゼミナール	CMに見る現代の仕事観・職業観	<p>【調査】</p> <ul style="list-style-type: none"> 大学生の職業意識・仕事観に関する調査（首都圏の大学生500人、ウェブ調査） <p>【内容分析】</p> <ul style="list-style-type: none"> 経済の盛衰とCMで描かれている働く姿の変化（ACC賞受賞作1985本を分析） CMタレント好感度ランキング上位のタレントのCMにおける設定や感情表現の分析 CMの出稿量の多い企業と学生の人気企業との相関の分析 学生の職業イメージとCMで描かれている働く姿との関連の分析 ワークライフバランスの意識の浸透とCMでの余暇シーンの関連の分析 CMの中の性別役割分担の現状と学生の意識との関連の分析 	<p>百周年記念館国際会議場 ゲスト 「宣伝会議」副編集長 刀田聡子さん 人材コンサルタント 常見陽平さん</p>
2015	ゼミナール	CMで読み解く人々の意識	<p>【内容分析】</p> <ul style="list-style-type: none"> 教育産業のCMで描かれている学ぶ姿とゆとり教育批判との関連の分析 美魔女ブームと化粧品CMの訴求ポイントやターゲット層との関連の分析 自動車のCMからうかがえる「遊びまじめ志向」と意識変化との関連の分析 海外進出企業の海外でのCMと日本でのCMの比較を通じた日本イメージの分析 	<p>オーバルホール ゲストコメンテーター 文理学部客員教授 ジャーナリスト 池上彰さん</p>

アメリカの「デスパレートな妻たち」に注目して、アメリカ、日本、韓国の視聴者の反応を比較する研究に取り組んだ。

研究計画を具体化する話し合いを進める中で、学生たちは仮説の立案、分析対象の設定、データ化のための分析項目など、検討しなければならないことが山積していることに気づいていく。一つ一つの課題をきちんと検討していくこと、つまり考え抜くことで、客観的なデータを得るために必要な労力を実感して欲しいと考えており、この研究計画の話し合いに2ヶ月程度の時間を費やしている。

質問紙法による調査は、学生が友人や知人に協力を依頼する形の配付回収か調査会社の登録モニターを対象としたウェブ調査であり、標本抽出を行っていない。住民基本台帳や学生名簿からの無作為抽出を行うことが社会調査の基本ではあるが、1年間の授業で結果の報告まで終わらせるには標本抽出の作業にかかる時間は大きな負担となる。また、費用の面も考慮して、調査の基本設計をしている。一方、調査票の設計や質問文の作成は学生たちのグループでの話し合いに委ねて、時間をかけて行っている。内容分析の場合と同様に一つ一つの課題を検討すること、自ら考え抜くことを重視している。

ゼミの活動の特徴として、オープンな形の研究発表会を実施していることがある。著名なゲストをお招きすることで、学生の仲間内でのイベントに終わらせることなく、他学科の学生や地域の住民を含め、できるだけ多くの来場者を迎えたいと考えている。外部の目を意識せざるを得ないことで、プレゼンテーション能力を高めることにつながる。また、研究成果を分かりやすく伝えるためには、ゼミ生自身が研究内容や得られたデータをしっかりと理解する必要がある。外部の誰かに伝えるという課題は、パワーポイント画面の作り方といった表面的なスキルにとどまらず、考え抜いて理解を深める努力が必要な事である。

毎年作成しているゼミの活動報告書の中から、データの収集・分析と研究発表に取り組んだゼミ生の感想をいくつか紹介したい。感想には、社会人基礎力（前に踏み出す力、考え抜く力、チームで働く力）との関連をうかがわせるものが少なからずあり、その中で、分かりやすく表現されたものをピックアップした。

○いざ仮説を立てようとしても、最初の頃はなかなか上手くいきませんで

した。どうしても主観的な仮説になってしまい、社会学的な視点を盛り込むことが難しかったからです。(中略)合宿が始まり、他の班の進行状況を目の当たりにし、このままではいけない、という空気が少しずつ全体を覆うようになってきました。そして誰からともなく、積極的に意見が交わされるようになり、自分たちなりの問題意識や仮説を立てることができました。

○「もっとよくできないか」、私は議論したがる性格です。例えば、リツイート分析、簡単な結論だけでは満足できません。仮説を立てながら、何度も何度も議論を重ねました。また、台本のたった一文字の表現まで、本番前日の夜0時まで修正を繰り返しました。(中略)ゼミ活動はまさにサービスを生み出す事です。仕事の基本だと思います。実際の仕事にはリスクや利益というものが求められますが、無リスクでその練習ができたのは貴重な経験でした。

○この先私が組織の中で生きていく上で大切だと感じたことは多々あります。例を挙げると計画力、チームワーク、そして目的を明確にすることです。(中略)色んな人が集まる事で、仕事の量に対する時間は大幅に削られたり、思ってもみなかったアイデアが出たりと、 $1+1+1+\dots = \text{人数} + \alpha$ が存在し、1人では決してできなかった事を可能にする力を持っていることに気づきました。

○ゲストが決まり、初めてゲストの方とお会いした時、研究内容をうまく伝えることができず、ダメだしばかり受けてしまい、一方的な会話ばかりで自分の意見を言うことができなかった。しかし、次に打ち合わせをした際、前回の失敗を生かし、研究内容を十分に理解し、ゲストの方に意見を求めるように努めた。「自分の意見を踏まえようで相手の意見を聞く」このことで双方の意見をぶつけあうことができ、より良いものできていくことを実感した。

こうしたゼミ生の反応から、調査データの収集や分析の経験が社会人基礎力の養成につながると言えると筆者は考えている²⁾。

5. 採用選考でアピールできる社会調査の実践活動

社会調査の実践活動が社会人基礎力につながると考える理由として、もう一つ、企業の採用選考のES(エントリーシート)で活用した事例を紹介

したい。現在の就職活動では、多くの企業が書類選考のためのESの提出を求める。このESで志望者を絞った上で、面接を行う場合が多い。ESでは、志望理由の他に、自己PRや学生時代に力を入れたことが定番の質問になっている。書類選考を通過した後の面接で企業側は、ESに書き込んだことを深掘する質問を交えて、学生の人物像や能力、素質を見抜こうとする。ESはあくまで学生のアピールの場であり、社会調査の経験をESで活用できるからといって、能力の高さの証明にはならない。しかし、ゼミの学生たちの就職活動を見守ってきた結果として、採用選考を乗り越える武器になりうると実感している。

*履歴書やESでゼミ・研究室での活動内容の紹介例

班員7名で過去40年間分のACC賞受賞作品1935本を視聴し、CMと時代との共振関係を分析・考察しました。経済成長率と働く姿が描かれるCMの割合との間に相関があることやバブル期に働く姿の中のサラリーマン割合が急増するなど独自のデータを見いだしました。

研究活動の内容を少ない文字数で端的に説明しており、数字を盛り込むことで作業量の多い困難な研究課題にチャレンジしたことをアピールしている。

*自己PRとしての活用例①

<的確な状況判断で一步先に動きます！>

ゼミのグループワークで作業が滞りがちになったことがあります。それぞれがやるべきことを認識できていないのが問題だと考えて、役割分担を確認しようと提案しました。全体の作業量を考慮したスケジュールを整理して各自の作業分担を明確にした結果、作業が一定程度進みました。しかし、作業が早い人と遅い人の差が出てしまったため、進捗状況をLINEで報告し合うようにしました。この結果、メンバーの意思疎通も円滑になり、無事分析作業を終えて、メンバーが一丸となって研究発表会に挑むことができました。的確な状況判断で一步先に動くことで物事が円滑に進み、チームに良い結果をもたらせると思います。

グループワークへの貢献に焦点を絞って説明し、チームで働く力を意識

したアピールとなっている。

*自己PRとしての活用例②

<大きな課題に挑戦意欲が沸きます>

ゼミの研究発表会は池上彰さんがゲスト講師で、周囲がしり込みする中で、自らプレゼンター役を買ってでました。正直不安でしたが、見合う努力をしようと決心しました。まずは内容をより良いものにするため、思ったことはその都度発言し、その言葉に責任を持って行動しました。研究は714本ものCMの内容分析をするもので作業量が膨大、全体のスケジュール管理にも目を配りました。次までに終わらせる課題を明確にし、班員に割振り、期限を守ることを実行し内容を深めました。本番では一番よい発表ができ、池上さんにお褒めの言葉をいただきました。

前に踏み出す力を意識して、主体性や積極性をアピールする内容となっている。

*学生時代に力を入れたことへの活用例

メディア研究のゼミで研究発表会の企画運営を担当し、100人以上の観客を集めるという目標を達成しました。テーマは「J-POPの歌詞にみる現代の若者の心情」で、動員のポイントはゲストの人選と考えました。テーマに相応しく、かつ著名な方をリストアップして交渉していきました。面識のない方々であり、誠実なやりとりをすることを心がけました。その結果、歌詞の検索で広く使われているサイトの責任者と歌番組の司会者のアナウンサーのお2人に来ていただきました。ゲスト名を書き込んだポスターやチラシを作成して観客動員につなげました。

研究発表会の企画運営の経験をコミュニケーション能力に結びつけてアピールしている。

*志望理由への活用例

<新たな価値を探し続ける好奇心を持ち続けて成長したい>

私は社会調査士の資格取得のための授業やゼミナールでのCM分析の研究を通じて、確かな数字で捉えてから、その後の展開を考えることの重要

さを学びました。貴社の一員になれたならば圧倒的な格付けの高さを活用し、常に客観的な視点を大切にしながら、顧客の潜在ニーズ・時代の変化の一つ先を読むための情報収集をすることで、独創への挑戦をし続けたいです。

データの分析・考察の経験を顧客ニーズの把握と結びつけて、志望企業の求める人材であるとアピールしている。

筆者のゼミは、質問紙法による調査やメディアコンテンツの内容分析によって得られたデータの分析・考察に取り組んでいる。活動はグループワークを基本としていて、オープンな形の研究発表会を開いて活動の成果を報告する。その活動で、それぞれに力を入れて取り組んだことを、例にあげたようなESとして活用している。そのESは、企業の採用選考を乗り切る武器になると考えている。ESに書いたエピソードをもとに面接で質問された場合にも、しっかりとゼミの活動に取り組んでいた学生ならば、自信を持ってアピールできるだろう。ゼミ活動を通じて、社会人基礎力を高めてきているはずだからだ。

ただし、社会人基礎力については抽象的で、客観的な評価が難しい能力だという側面がある。したがって、ゼミ活動を通じて社会人基礎力を高めたと客観的なデータで証明することは難しい。しかし、そもそも企業の採用選考が、大学入試のような点数化できる基準を使っているわけではない。多くの企業がSPIといった適性試験やそれぞれの会社ごとの筆記試験を行っているものの、その結果だけで採用を決めることはなく、選考の中心はあくまで面接である。面接を中心とした採用選考だという前提があるからこそ、社会人基礎力に焦点をあてている。

また日本企業の雇用慣行として、ジョブローテーションを伴う総合職採用が主流であることを考慮する必要がある。濱口桂一郎は若者の雇用問題を論じる前提として、諸外国がジョブ型の労働社会なのに対して、日本はメンバーシップ型の労働社会であることを指摘している（濱口 2013：25）。ジョブ型は募集する業務内容が明確で、その業務内容をこなす能力・適性が求められる。応募する側からすれば、経理業務の募集ならば自分が経理の専門知識や技能があることをアピールするし、営業業務の募集ならば自分が営業の仕事の適性や経験があることをアピールする。これに対

してメンバーシップ型は、入社後の配属によって経理や営業など様々な業務に就く可能性があり、転勤や異動で業務内容が変わる可能性がある。業務内容が明確ではなく、採用基準はつまるところは会社の一員として迎え入れようと思う人材かどうかであり、面接での“人物重視”の選考となる。

データの時代と喧伝されていて、ビッグデータが注目される時代に、データ分析の高度な能力があったとしても、その能力をアピールすることが必要な専門職の人材募集は少ない。あったとしても、経験者と競う中途採用が多いだろう。総合職として求められることは、データの重要性を認識していて、必要な場面では専門職を雇用したり、外部のコンサルティングを活用したりする判断力である。冒頭で紹介したOB・OGの話はその事例といえよう。

新卒一括採用、ジョブローテーションを伴う総合職採用、メンバーシップ型が特徴の採用選考という現実があるからこそ、社会人基礎力を意識した自己PRが有効であり、社会調査の実践活動の経験をエピソードとして活用できると強調したい。

6. おわりに 一採用選考での学業重視の動き

企業の採用選考のESで求められる自己アピールや学生時代に力を入れたこととして、学生はアルバイトやサークル活動のエピソードを書く場合が多い。人気企業には膨大な数のESが送られてくるので、担当者は同じような内容のものを繰り返し読むことになる。大学の学業についてアピールする学生が少ない中で、筆者は企業の採用担当者から「ゼミや研究内容について熱心に話をしてくれる学生は、仕事も前向きに取り組んでくれそうだと好感を持てる」と助言された経験がある。

日本経営協会の事業会社である日本経営協会総合研究所の「採用現場ニュース2014年3月」は、「注目される『学業成績』重視の動き」について伝えている。それによると、大手商社などが、応募者がどんな学生生活を送っていたのかをじっくり聞くことを目的にエントリーシートと同時に学業成績の提出を求めて、成績重視の採用を打ち出したという。そして、成績重視の企業の狙いについて、「学業成績をもとに、大学で何を学ぼうとしたのか、その成果はどうか、など学ぶ姿勢や行動力、達成力を観察しようというもの。『学生生活の履歴』というコンピテンシーといってもよい」と指摘している（日本経営協会総合研究所 2014）。

さらに、2015年12月に公表された経団連（日本経済団体連合会）の「採用選考に関する指針の手引き」には、「大学等の履修履歴（成績証明書等）について一層の活用を検討することが望ましい」という一文が盛り込まれた（日本経済団体連合会 2015）。経団連の採用選考の指針は、ここ数年、採用活動の時期の変更をめぐって注目されているが、時期だけでなく選考の方法についても改善の提言をしているのである。

先に紹介したゼミ活動をESに活かした事例は、こうした採用選考の学業重視の動きにも対応できるものといえるだろう。そしてそれは、筆者のゼミ活動が特別なものだからではない。社会学科のホームページでの学科紹介には「社会学の理論を用いて現実の社会を調査・分析し、企画立案・問題解決を図れる人材の育成を目指しています」とある。その社会学科で学業に熱心に取り組んだ学生ならば、社会人基礎力が養成されているはずである。最後に学業に関するエピソードをES用に書いた文例を3つ紹介する³⁾。

大学1年の授業でメディアリテラシーについて8,000字以上のレポートを書く課題が出ました。他の学生が3,000字から4,000字程度だった中で、私は12,000字を超えるレポートを提出しました。書き上げるために12冊の本を読みました。内容もよく練られていると教授に褒められ、S評価をいただきました。本を読むこと、文章を書くことが好きです。新しい知識を得て、自分の考えを深めることができますからです。本をつくる仕事に携わることは私にとって何よりの喜びです。

私の大学生生活のモットーは「文遊両道」、学業にも遊びにも全力投球という意味です。特に力を注いできたのは「社会調査士」という資格取得のための授業です。その中で、グループで下北沢の再開発問題に関する地元住民の意識調査を行って、その結果をまとめ授業で発表しました。何十歳も年上の初対面の人にインタビューして意見を聞き出すのは初めての体験で、最初はとても戸惑いました。しかしこちらの熱意を伝えて真摯に話を伺う姿勢で臨むことで、資料にはない生の声を聞くことが出来ました。この調査を通じて、臆せずぶつかっていく力を身につけられました。

<期日を必ず守ります> ゼミを選ぶとき、課題が多いと覚悟はしていたのですが、予想以上に大変でした。専門書を読んで内容を要約するレジュ

メをつくるだけでなく、関連する文献やデータを集めて、自分なりの見解をまとめなければなりません。バイトで疲れて帰った日にも、睡眠時間を削ってゼミまでに必ず終わらせます。ゼミの課題だけでなく、秘書検定や英語検定の勉強にも取り組んでいます。期日に間に合わなかったことは一度もありません。心がけているのはスケジュール管理、今週中にやるべきこと、今月やるべきことを手帳に細かく書いています。そうすることで時間を有効に使っているの、いくつかの課題を平行してこなすことができます。

学業重視の動きを伝えた日本経営協会総合研究所の「採用現場ニュース」では、「これまで学生は、大学生活は好きなことをやる時期だと考えていた。だから授業は、成績より卒業できればよいと考え、楽に単位が取れる授業を選択してきた。そして就職シーズンになれば、就職試験対策をすれば乗り切れるものと考えていた。実は、これが学生の質を低下させる原因だが、これまではそうした流れで選考、採用されていた。それが、今後は見直されることになるわけだ」と指摘して、そもそも学生生活の過ごし方に問題があるという認識を示している。

その一方で、大学教育のあり方についての企業側の本音も垣間見られる。それは「成績表の提出ということになれば、学業成績優秀かどうか、評価が数値化されているので一目瞭然。可山優三（可が多くて優は3個の学生）では書類審査や面接で生き残るのは難しい。しかし、大学教育の成績とポテンシャルに相関関係があるのか、との疑問も根強く判断は難しい。それでも理工系については基礎学力だけでなく専門科目も水準以上を要求されるので理解できるが、文科系ではまだまだ疑問だ」という指摘だ。

文科系である社会学科の教員の一人として、熱心に学業に取り組むことが自分の将来をよりよいものにしていく力になると学生たちに理解して欲しいと思っている。それと同時に、熱心に学業に取り組んだ甲斐があったと学生たちが実感できるように、教育内容を改善し続ける必要があると考えている。

注

- 1) 2011年度は「テレビドラマの社会学」を予定していて、ゼミ生の募集の際にも明示していたが、震災の発生を受けてテーマを変更するかどうかを諮っ

た結果、「震災とメディア」に変更した。

- 2) ゼミ活動の主たる目的が社会人基礎力の養成だと考えているわけではなく、社会学の研究方法である調査データの収集・分析に積極的に取り組むことが結果的に社会人基礎力につながると受けとめている。研究活動としての成果については、本誌第186号の「教育産業のCMにあらわれた教育観の変化—広告から社会心理を読み取る試み—」を参照されたい。
- 3) ゼミ活動に関するESは実際の採用選考で使ったエピソードの事例であるが、学業一般として紹介した3つの事例は、学生が書いた文章をもとに筆者がアレンジしたものを含んでいる。

参考文献

- 朝日新聞, 2016年3月22日付け朝刊社説, 「地域活性化 身近なデータが大切だ」.
- 濱口桂一郎, 2013, 『若者と労働「入社」の仕組みから解きほぐす』中央公論新社.
- 経済産業省, 2006, 「社会人基礎力に関する研究会 —『中間とりまとめ』—」.
http://www.meti.go.jp/policy/kisoryoku/kisoryoku_chosa.html, 2016年10月24日取得
- 日本経営協会総合研究所, 2014, 「採用現場ニュース【2014年3月】注目される『学業成績』重視の動き」, http://www.noma.co.jp/column/saiyo_backnumber/2014.html 2016年10月24日取得
- 日本経済団体連合会, 2015, 「採用選考に関する指針の手引き」.
http://www.keidanren.or.jp/policy/2015/112_tebiki.html, 2016年10月24日取得
- 西内 啓, 2013, 『統計学が最強の学問である』ダイヤモンド社.
- 日本経済新聞, 2011年10月26日付夕刊「人間発見 コピーライター 糸井重里さん言葉、この危険なるもの③」.
- 大谷信介・後藤範章・小松 洋・木下栄二編著, 2013, 『新・社会調査へのアプローチ—論理と方法』ミネルヴァ書房.
- 総務省, 2012, 『平成24年度情報通信白書』.
<http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h24/html/nc121450.html>, 2016年10月24日取得